

# FINANSOWE ASPEKTY TRANSFORMACJI GOSPODARKI W POLSCE



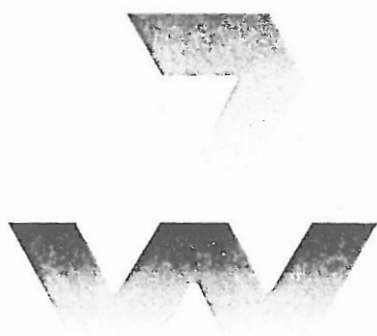
Redakcja naukowa  
Leszek Preisner



UCZELNIANE WYDAWNICTWA NAUKOWO-DYDAKTYCZNE

KRAKÓW 2007

# **FINANSOWE ASPEKTY TRANSFORMACJI GOSPODARKI W POLSCE**



**Redakcja naukowa  
Leszek Preisner**



UCZELNIANE WYDAWNICTWA NAUKOWO-DYDAKTYCZNE

KRAKÓW 2007

© Wydawnictwa AGH, Kraków 2007

ISBN 978-83-7464-154-8

Recenzenci:

*prof. dr hab. Józefa Famielec*

*dr inż. Tadeusz Pindór*

Redakcja naukowa:

*dr hab. Leszek Preisner, prof. nadzw. AGH*

Tłumaczenie i korekta tekstu w języku angielskim:

*Justyna Muweis*

Redakcja techniczna i skład komputerowy:

*Mariusz Trela*

Projekt okładki i stron tytułowych:

*Beata Barszczewska-Wojda*

Druk wykonano ze składu komputerowego przygotowanego przez zespół redakcyjny monografii, na podstawie materiałów dostarczonych przez Autorów z uwzględnieniem uwag recenzentów.

---

Redakcja Uczelnianych Wydawnictw Naukowo-Dydaktycznych  
al. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków  
tel.: 012 617 32 28, tel./faks: 012 636 40 38  
e-mail: [redakcja@wydawnictwoagh.pl](mailto:redakcja@wydawnictwoagh.pl)  
<http://www.WydawnictwoAGH.pl>

---

# SPIS TREŚCI

WSTĘP .....	9
<b>ROZDZIAŁ 1: ŹRÓDŁA I ZASADY FINANSOWANIA RESTRUKTURYZACJI GOSPODARKI .....</b>	
<b>11</b>	
1. Zmiany zasad finansowania przedsiębiorstw w okresie transformacji gospodarczej w Polsce .....	13
Marek Łyszczak	
2. Pochodne instrumenty finansowe a ryzyko inwestowania w przedsiębiorstwie....	23
Marta Czyż	
3. Kreatywna rachunkowość – przejawy i skutki wykorzystania w jednostce gospodarczej .....	30
Alina Dyduch	
4. Analiza obciążenia wyniku finansowego przedsiębiorstw podatkiem dochodowym w Polsce .....	37
Kazimiera Mendys	
5. Banki wobec przedsięwzięć środowiskowych w Polsce .....	42
Leszek Preisner	
6. Fundusze ekologiczne jako źródła finansowania inwestycji w zakresie ochrony środowiska w Polsce .....	54
Tadeusz Pindór	
7. Finansowe aspekty przedsięwzięć środowiskowych w Rafinerii Nafty Jedlicze ..	64
Justyna Muweis	
8. Absorpcja środków pomocowych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2004-2006.....	72
Eligiusz W. Nowakowski	
9. Analiza konkurencyjności w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem na przykładzie banku .....	85
Magdalena Gorzelany-Dziadkowiec	
10. Kotwice nominalne narzędziem wspomagającym przywracanie gospodarce równowagi w warunkach przemian strukturalnych .....	100
Stanisław Szydło	
11. Pozapubliczne źródła finansowania systemu opieki zdrowotnej w Polsce .....	110
Elżbieta Marcinkowska	

## ROZDZIAŁ 2: FINANSOWANIE MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW..... 117 **C**

- 2.1. Finansowanie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z wykorzystaniem funduszy strukturalnych w latach 2004-2006 ..... 119 **IF**  
Wiesław Janik, Andrzej Zbroja
- 2.2. Możliwości finansowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw kredytem bankowym ..... 127 **C**  
Maciej Woźniak
- 2.3. Szanse i bariery wykorzystania bankowości elektronicznej w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami ..... 136 **1**  
Agnieszka Herdan, Magdalena M. Stuss
- 2.4. Narzędzia finansowania inwestycji mikroprzedsiębiorstw w województwie dolnośląskim ze źródeł Unii Europejskiej w latach 2004-2006 i 2007-2013 ..... 145 **1**  
Grzegorz Salwa

## ROZDZIAŁ 3: RACHUNEK KOSZTÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE ..... 155 **1**

- 3.1. Wykorzystanie rachunku kosztów w strategicznym zarządzaniu przedsiębiorstwem ..... 157 **1**  
Jan Turyna
- 3.2. Rachunek kosztów jako podstawa budżetowania i kontroli kosztów ..... 172 **1**  
Robert Balawajder
- 3.3. Znaczenie rachunku kosztów działań w logistyce przedsiębiorstw ..... 183  
Agata Mesjasz-Lech
- 3.4. Kosztowe formuły ustalania cen w praktyce polskich przedsiębiorstw ..... 197  
Anna Stronczek, Katarzyna Petka, Iwona Wieczerek
- 3.5. Ocena wykorzystania wybranych metod badania efektywności inwestycji rzeczowych w przedsiębiorstwach produkcyjnych ..... 204  
Beata Granosik, Agnieszka Jakubowska
- 3.6. Koszt informacji w szacowaniu wartości projektu inwestycyjnego na przykładzie sektora naftowego ..... 214  
Alicja Byrska-Rapała
- 3.7. Koszty gospodarki odpadami komunalnymi jako podstawa ustalania cen za składowanie odpadów ..... 223  
Joanna Kulczycka
- 3.8. Rozliczanie prowizji przy wykorzystaniu efektywnej stopy procentowej ..... 235  
Joanna Sawicka

## SKOROWIDZ AUTORÓW ..... 247



# **SZANSE I BARIERY WYKORZYSTANIA BANKOWOŚCI ELEKTRONICZNEJ W ZARZĄDZANIU MAŁYMI I ŚREDNIMI PRZEDSIĘBIORSTWAMI**

**Agnieszka HERDAN, Magdalena M. STUSS**

Instytut Ekonomii i Zarządzania, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

**Streszczenie:** Artykuł prezentuje wyniki badań stopnia wykorzystania bankowości elektronicznej w sektorze MSP. Ze względu na rozwijającą się ofertę branży finansowej dla tego sektora, wskazana staje się charakterystyka dotychczasowego zainteresowania przez wybrane organizację powyższym zagadnieniem.

**Słowa kluczowe:** MSP, bankowość elektroniczna

## **1. WPROWADZENIE**

Bankowość elektroniczna jest różnie traktowana w literaturze przedmiotu, najczęściej uważa się że jest to możliwość dostępu do konta za pomocą komputera. Należy jednak zauważyć, że jest to nie tylko dostęp do konta przy pomocy różnych nośników informacji, ale również możliwość wykonywania różnych operacji na koncie, bez konieczności udawania się do banku. Bankowość elektroniczna to nie tylko komputer, to także telefon, bankomat.

A. Gospodarowicz uważa, że „bankowość elektroniczna to forma dostarczania i realizacji usług bankowych za pomocą zdalnych kanałów dostępu, zapewnianych przez technologie informacyjno-komunikacyjne, bez konieczności osobistego kontaktu klienta z pracownikami banku” [1]. Można również znaleźć określenie bankowości elektronicznej jako „formy usług, oferowanej przez banki polegającej na dostępie do rachunku za pomocą urządzeń elektronicznych takich jak bankomat, komputer, terminal POS i linii telekomunikacyjnych. W zależności od zastosowanego rozwiązania, klient ma możliwość wykonywania operacji pasywnych (np. sprawdzanie salda konta i historii rachunku) lub aktywnych (np. dokonania zlecenia przelewu, założenie lokaty, wybrania pieniędzy z konta)” [5].

## **2. FORMY BANKOWOŚCI ELEKTRONICZNEJ**

Typologia bankowości elektronicznej może być prowadzona w oparciu o różne kryteria. Ze względu na sprzęt elektroniczny jaki jest potrzebny do skorzystania z usług świadczonych przez bank, można wyróżnić: karty płatnicze, bankowość telefoniczną, home banking,

bankowość internetową oraz inne formy bankowości elektronicznej, takie jak bankowość mobilna i bankowość telewizyjna [3]. Charakterystykę tych rozwiązań przedstawia tabela 1.

Tabela 1.

Formy bankowości elektronicznej i wykorzystywana przez nie infrastruktura

Formy Bankowości elektronicznej	
Wykorzystywane urządzenia	
Karty płatnicze	ATM Terminale POS
Bankowość telefoniczna	Telefon, fax
Home banking / Office banking	Komputery PC, modemy
Bankowość internetowa	Komputery PC, urządzenia przenośne (tablet PC, handheld, itp.)
Bankowość mobilna	Telefony komórkowe, PDA i inne urządzenia przenośne
Bankowość telewizyjna	Telewizor, przystawki telewizyjne, konsole gier, modemy
Sieć telekomunikacyjna	
Karty płatnicze	Systemy EFTPOS, sieć telefoniczna
Bankowość telefoniczna	Sieć telefoniczna
Home banking / Office banking	Sieć telefoniczna, łącza dedykowane
Bankowość internetowa	Internet
Bankowość mobilna	Sieć telefonii komórkowej 2G lub 3G, Bluetooth, podczerwień
Bankowość telewizyjna	Telewizja naziemna cyfrowa, telewizja kablowa, telewizja satelitarna, sieć telefoniczna
Interfejs komunikacyjny	
Karty płatnicze	-
Bankowość telefoniczna	Fax, IRV (sygnały DTMF), głos
Home banking / Office banking	Aplikacja home banking
Bankowość internetowa	Przeglądarka internetowa
Bankowość mobilna	Przeglądarka WAP, SMS, głos, SAT, karty zbliżeniowe wbudowane w telefon
Bankowość telewizyjna	Teletext, przeglądarka internetowa

ilo:[3]

### 3. BANKOWOŚĆ ELEKTRONICZNA DLA FIRM

Banki w swoich ofertach mają również zarówno produkty dla dużych jak i małych pomiotów, są one dostosowane do ich potrzeb i możliwości. dla większych i mniejszych przedsiębiorstw. Operacje dokonywane drogą elektroniczną są szybsze i mniej kosztowne, pozwala na szybsze, tańsze realizowanie płatności.

Rozwiązania takie jak *cash management*, czyli „system zarządzania gotówką jest bardzo potrzebny małym przedsiębiorstwom i osobom wykonującym wolne zawody, gdyż umożliwia on bardziej racjonalną realizację płatności w mocno uproszczonej formie” [2], jest podobny wizualnie do dokumentów otrzymywanych na papierze. Ponadto rozwiązania takie jak oprogramowanie do analizy bilansów i planowania w przedsiębiorstwie, wskaźniki finansowe i ekonomiczne, wykorzystywane są do porównań branżowych, dzięki którym łatwiej jest podejmować decyzje w zakresie akwizycji i inwestowania stanowią wsparcie dla systemu zarządzania.

Serwisy z zakresu planowania przez ekstrapolację sprawozdań rocznych za ostatnie lata stanowią instrument planowania strategicznego i analizy. Różne obliczenia finansowe, analizy opłacalności, rachunki symulacyjne są wiedzą, która może pomóc klientom korporacyjnym podejmować przyszłe decyzje strategiczne.

### 4. OFERTA BANKÓW DLA MSP<sup>1</sup>

Obecnie dużo banków oferuje swoim klientom dostęp do konta drogą elektroniczną. Korzystanie z tego rodzaju usług banku pozwala zaoszczędzić firmie czas i ułatwia to jej funkcjonowanie. Tabela 2 przedstawia banki oferujące bankowość elektroniczną.

Obecnie większość banków pozwala przedsiębiorstwom nie tylko kontrolować firmowe konta dzięki kanałom elektronicznym, ale również zaciągać kredyty, pożyczki i korzystać z innych usług, zróżnicowanych w zależności od banku.

**Tabela 2.**

Banki oferujące dostęp elektroniczny

Nazwa banku	telefon	www	wap	sms
Bank Pekao SA – Telepekao24	x	x		x
Bank Pekao SA – oddziały klasyczne	x			x
Bank Zachodni WBK SA	x	x	x	x
BISE SA	x			
BPH SA	x	x	x	x
Citibank	x	x		x

<sup>1</sup> Jako kryterium wyboru obszaru badawczego przyjęto wielkość zatrudnienia w przedsiębiorstwach nie przekraczającą 250 pracowników.



Fortis Bank SA	x	x		
ING Bank Śląski SA	x	x		
Invest Bank SA				x
Integrum	x	x		
Inteligo (wirtualny)	x	x		x
Kredyt Bank SA	x	x	x	x
LG Petro Bank SA	x	x		x
Lukas Bank SA	x	x		
mBank (wirtualny)	x	x	x	
Millennium	x			x
Multibank	x	x	x	
Nordea Bank	x	x	x	x
PKO BP SA - Oddział Internetowy	x	x	x	x
PKO BP SA - oddziały klasyczne	x			
Raiffeisen Bank SA	x			x
Volkswagen Bank Direct (wirtualny)	x	x		x

Źródło: [6]

## 5. WYNIKI BADAŃ

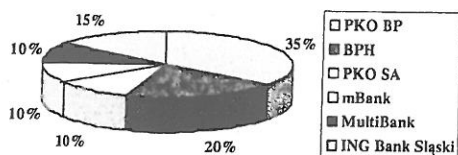
Badania zostały przeprowadzone w 200 firmach. Były to spółki jawne, cywilne, z ograniczoną odpowiedzialnością, partnerskie, osoby prowadzące działalność gospodarczą. Badane firmy działają głównie w handlu, budownictwie, geodezji i gastronomii.

W badaniu zwrócono między innymi uwagę na czynniki wpływające na wybór banku, rozumienie istoty bankowości elektronicznej, stopień zaspokojenia potrzeby i oczekiwania firmy, jakie usługi są dla firm najbardziej istotne i z jakich usług firma korzysta najczęściej, jakiej formy bankowości elektronicznej urządzenia, firma korzysta najczęściej, zalety i wady korzystania z tej formy współpracy z bankiem.

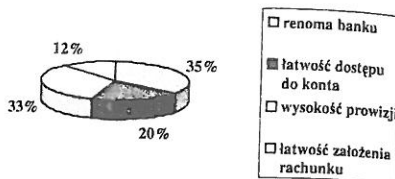
Wśród respondentów największym zainteresowaniem cieszy się Bank PKO BP, aż 40% badanych ma w nim założone konta bankowe. Kolejnymi bankami, które cieszą się dużym zainteresowaniem są kolejno BPH – 20% respondentów ma w nim rachunek bankowy, ING Bank Śląski – 15%, a także Bank PKO SA, mBank i MultiBank – po 10% badanych co przedstawia Schemat 1. Jak widać renoma banku jest ważnym kryterium przy wyborze banku. Ważna jest także wysokość prowizji przy wykonywaniu różnych operacji na koncie, stanowią one prawie 70% odpowiedzi. Pozostałe to łatwość dostępu do konta, taką odpowiedź dało 20%

ankietowanych a także łatwość założenia rachunku - 12% udzieliło takiej odpowiedzi, zobacz Schemat 2.

Schemat 1



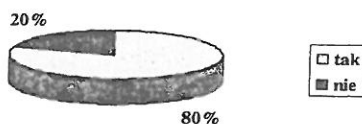
Schemat 2



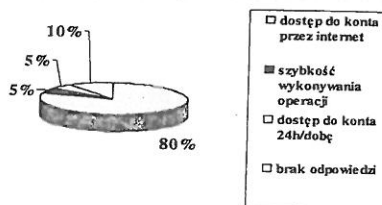
80% firm uważa, że bank zaspokaja wszystkie ich potrzeby i oczekiwania, pozostali nie są zadowoleni z dostępnych usług, w związku z tym taki sam procent - 80 poleciłoby swój bank innym firmom, pozostałe 20% firm nie, gdyż nie zaspokajają one wszystkich ich potrzeb, zobacz Schemat 3.

100% respondentów posiada konta bankowe w bankach, które oferują bankowość elektroniczną. Aż 80% z nich kojarzy bankowość internetową głównie z Internetem, dla 5% jest to szybka możliwość wykonywania operacji na koncie, kolejne 5% uważa to za możliwość korzystania z konta przez całą dobę. 10% ankietowanych nie udzieliło żadnej odpowiedzi, co przedstawiono na Schemacie 4.

Schemat 3

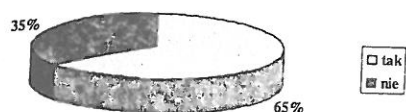


Schemat 4

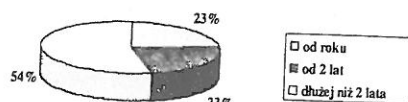


Spośród 20 firm posiadających konto w banku, 13 z nich, stanowiące 65% korzysta z usług bankowości elektronicznej swojego banku. 35% nie korzysta z bankowości elektronicznej, patrz Schemat 5. Większość firm - 54% korzysta z usług bankowych drogą elektroniczną dłużej niż 2 lata, pozostałe firmy korzystają rok albo dwa lata, zobacz Schemat 6, i robią to zazwyczaj kilka razy w tygodniu 52%, pozostali korzystają z niej każdego dnia, patrz - Schemat 7.

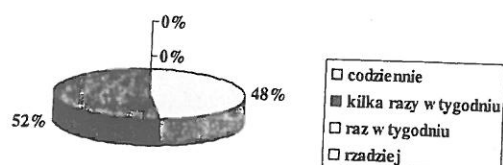
Schemat 5



Schemat 6

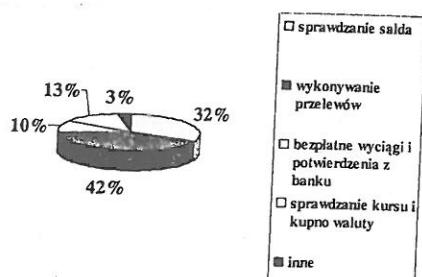


Schemat 7

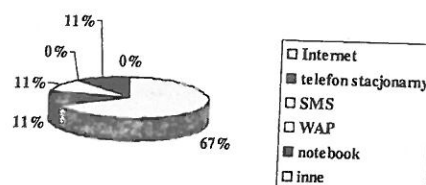


Badane firmy najczęściej korzystają z takich usług dostępnych drogą elektroniczną jak: wykonywanie przelewów, co stanowi 42% odpowiedzi, następnie sprawdzanie salda – stanowiącego 32% udzielonych odpowiedzi, sprawdzanie kursu i kupno waluty – 13%, Bezpłatne wyciągi z konta stanowią 10%, a pozostałe 3% to inne czynności – Schemat 8, i robią to najczęściej za pomocą Internetu – 67%. Innymi narzędziami dosyć często używanymi są telefon stacjonarny, funkcja SMS i notebooki stanowią w sumie 33% ankietowanych, spójrz Schemat 9.

Schemat 8

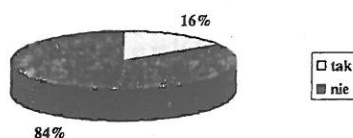


Schemat 9

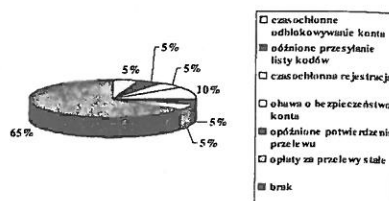


Większość firm nie obawia się wykonywać różnych czynności na koncie bankowym za pomocą Internetu, jest to 84% badanych - Schemat 10. 65% ankietowanych firm uważa, że bankowość elektroniczna nie ma żadnych minusów z punktu widzenia firm. Najczęściej powtarzanym minusem jest nadal obawa o bezpieczeństwo środków na koncie – 10% ankietowanych. Pozostałe minusy na które przypada po 5% odpowiedzi to czasochłonna rejestracja i odblokowywanie konta, opóźnione przysyłanie listy kodów, i potwierdzeń wykonanych przelewów, a także opłaty za przelewy stałe, zobacz Schemat 11. Natomiast na pytanie czego brakuje z bankowości elektronicznej z punktu widzenia firmy odpowiedzi były następujące: 90% firm uważa, że wszystkie potrzebne usługi są w ich bankach dostępne, 5% firm chciałoby dodatkowo otrzymywać wiadomości SMS o zmianie salda na koncie i tyleż samo chciałoby aby na stronie internetowej banku były wykresy graficzne przychodów i rozchodów na koncie, spójrz Schemat 12.

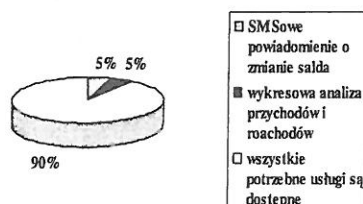
Schemat 10



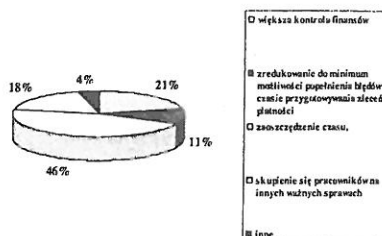
Schemat 11



Schemat 12



Schemat 13



Za dodatnią stronę bankowości elektronicznej - większość badanych firm 46% uważa, że największym plusem bankowości elektronicznej jest zaoszczędzenie czasu, następnie 21% ma większą kontrolę nad finansami przedsiębiorstwa. 18% uważa, że pracownicy mogą koncentrować się na innych ważnych rzeczach. 11% badanych uważa, że ma większą możliwość sprawdzenia przelewu i nie popełni błędu przy jego wykonywaniu. Pozostałe 4% widzi jeszcze inne plusy, co przedstawia Schemat 13.

## 6. ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzone badania wskazują, że bankowość elektroniczna cieszy się dużą popularnością wśród większości przedsiębiorstw. Zapewne więc liczba jej użytkowników będzie rosła, bo technologia cały czas się rozwija i będzie jeszcze bardziej wkraczać w nasze życie.

Banki konkurują ze sobą i dlatego starają się być dla swoich klientów bardziej przyjazne i jeszcze łatwiej dostępne. Można zauważyć, że większość z banków ma w swojej ofercie bankowość elektroniczną. Technologia bardzo szybko idzie do przodu, rozwija się a wraz z nią powstają nowe kanały, sposoby dostępu do banków właśnie droga elektroniczną. Można tu np. powiedzieć o rozwoju telefonii, czy pojawianiu się nowych elektronicznych instrumentów płatniczych (digital cash, e-money). Banki są coraz bardziej aktywne, agresywne w oferowaniu różnych systemów sprzedaży, promocji czy dostępu do usług. Należy także zauważyć, że banki internetowe, bankowość elektroniczna są coraz tańsze w użytkowaniu i „wypychają” banki tradycyjne [4].

Zwraca się jednak uwagę, że mimo licznych elektronicznych możliwości kontaktowania się klienta z bankiem nadal ważny jest osobisty kontakt przedstawicieli banku z klientami.

Wzrost znaczenia marki to kolejny trend. Głównie wirtualne banki starają się wykreować w oczach konsumentów obraz silnych i godnych zaufania kontrahentów.

Wzrasta znaczenie monitoringu informatycznego, który ma za zadanie nie tylko wykrywać włamania do systemów, ale również niezgodności wykonywane przez właściwych użytkowników [1].

Bankowość elektroniczna cały czas będzie ulegała zmianom, razem z postępem technicznym, ale nadal jej głównym zadaniem będzie ułatwienie klientom kontaktu z bankiem, i wszelkich wykonywanych czynności.

## LITERATURA

- 1] *Bankowość elektroniczna*, red. Gospodarowicz A., PWE, Warszawa 2005
- 2] Dahmen A., Jacobi P.: *Bankowa obsługa przedsiębiorstw*. Cedetu, Warszawa 2002
- 3] Kisiel M.: *Internet a konkurencyjność banków w Polsce*. CeDeWu.pl, Wydawnictwa fachowe, Warszawa 2005
- 4] Springer W.: *E-commerce E-banking wyzwania globalizacji*. Difin, Warszawa 2003

ródła internetowe:

- i] <http://bankowosc.elektroniczna.info/> 02.02.2007
- ii] <http://www.finance.zrp.pl/banke.asp> 01.05.2007



